

2022 年度 一般選抜前期日程 小論文（図表理解）
出題の意図と解答の傾向

【出題の意図】

新型コロナウイルスの感染拡大の影響により、われわれの消費生活における環境が大きく変わりつつあるなかで、電子商取引を行う機会が増えている。例えば、インターネットを利用した通信販売（ネット通販）や音楽や動画配信サービスの利用等である。日本では、1990 年代後半より本格的に政府による「電子商取引の市場規模」に関する調査が行われており、企業と消費者との間における電子商取引（B to C EC）は年々増加傾向にある。インターネットを通じた各種サービスとして、10 代から 70 代の各年代で共通して「ショッピングモール」の利用率が高くなっているが、「オークション・フリマサイト」や「シェアリングサービスサイト」の利用も確認することができる。

その一方で、インターネットを通じた電子商取引における様々な問題点も指摘されるようになってきている。例えば、上記の各種サービスの利用時に品質や数量、金額面等において何らかのトラブルに巻き込まれるケースも散見される。近年、利用頻度が増している電子商取引ではあるが、消費生活上の利便性やメリットがある一方で、利用するサービスによってその性格や状況が異なるため、利用する際のリスクを理解することが必要であろう。

そこで本問では、日本における電子商取引に関するデータから、その傾向や動向を読み取りながら、インターネットを通じた電子商取引が、われわれの消費生活に及ぼしている影響および問題点について問うた。

設問 1 では、経済産業省の『令和元年度内外一体の経済成長戦略構築にかかる国際経済調査事業報告書』（図 1～2）と、内閣府消費者委員会の『オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書』（図 3）のデータを読み解きながら、電子商取引の市場規模ならびに電子商取引化率の傾向について数的に把握し、市場規模が拡大している理由について考察できるかを試した。

設問 2 では、オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会・内閣府消費者委員会の『インターネットを利用した取引に関するアンケートの主な結果概要(グラフ)』（図 4～6）より、インターネットを利用した電子商取引の問題点を複数の数量的データから抽出し、問題点を把握し、各種サービスサイトを理解した上で、自分の意見や主張を論理的にできるかを試した。

現在、コロナ禍でわれわれの行動変容が求められているなかで、今後とも利用拡大が見込まれるインターネットを通じた電子商取引について、再度見つめ直してほしい。

<設問 1 >

【解答のポイント】

図 1 は、2010 年から 2019 年における「企業と消費者との間における電子商取引（B to C EC）」の市場規模および電子商取引化率（物販系）の変化を表している。市場規模は取引額のことを指し、電子商取引化率は、全ての取引に占める電子商取引の割合を意味している。縦棒グラフより電子商取引の市場規模は、ここ 10 年間で一貫して増加傾向（約 2.5 倍に増加）にあり、また折れ線グラフの電子商取引化率は右肩上がりの上昇傾向を示している（約 2.4 倍に上昇）。ここか

ら、B to C ECは「金額」と「割合」の両面で、拡大・増加傾向にあり、過去10年間で倍増している点を読み取ることができる。

この点を踏まえながら、図2の物販系カテゴリーにおける電子商取引の構成比を確認すると、第1位が「衣類、服装雑貨等(19%)」、第2位「食品、飲料、酒類(18%)」および「生活家電、AV機器、PC・周辺機器等(18%)」、第4位に「生活雑貨、家具、インテリア(17%)」となっていることがわかる。ここから、われわれの生活に欠かせない「衣・食・住」に関連した商品の購入の割合が高くなっていることに気がつく。また、図3はインターネットショッピングモールを利用する理由について取り上げられており、「商品の種類が豊富」と「価格が安い」との回答が最も多く、その次に「店舗に行く時間が不要」、「複数の店舗を比較できる」、「独自のポイントなどが貯まる」、「自宅や指定場所での受取ができる」の項目が上位にきている。つまり、実店舗との比較において、われわれはB to C ECを利用した買物の利便性やメリットを享受していると考えることができる。

【解答の傾向】

受験生のほとんどが、図1~3を適切に読み取れていた。まず図1に関して、2010年から2019年の10年間で電子商取引の市場規模および電子商取引化率が、どのように変化してきたかを数的に捉える必要がある。ただ「増加している」や「伸びている」だけでは不十分であり、「約何倍に上昇している」等の表現を用いて、その傾向を示すことが求められる。その点では、多くの受験生が数値を意識して解答できていたと思われる。

ただし、図2および図3から電子商取引の市場規模拡大の理由を、正確に読み解き、説得力ある説明や理解を示す解答は多くはなかった。まず図2では、物販系カテゴリーにおける電子商取引の構成比の上位項目が数的に拮抗しており、いわゆる「衣食住」に関連する商品の購入頻度が高いことがうかがえる。正答例として、われわれの消費生活では欠かすことができない「必需品」や「日用品」であるとの表現を用いた解答は、少なかつたように思われる。今一度、これらの商品の位置づけを理解する必要があるだろう。

さらに図3は、インターネットショッピングモールを利用する理由であるが、その多くは実店舗を利用する場合と比べて、われわれにとっての利便性やメリットとなっている。とくに上位項目として、価格面や独自ポイントの貯蓄面といった「経済的負担の軽減」、すなわち合理的な動機が挙げられている点は注目すべき点である。しかし、そのような表現を用いた考察は非常に少なかつた。

本設問では、図から何をどう読み取るかについては、客観的な視点が求められるにもかかわらず、データからは読み取れない内容を記述しているケースも散見された。例えば、①図が取り上げている期間以降の事象である「新型コロナウイルス」の影響、②資料からは直接読み取れないと考えられる、スマートフォンの普及を市場規模拡大の要因として言及しているものがみられた。300字という限られた字数で、数的に読み取れる情報を利用して考察し記述してほしい。

最後に、誤字として「増化」(正:増加)や「不可決」(正:不可欠)、「呉楽」(正:娯楽)など、複数の答案で見られた。

<設問 2>

【解答のポイント】

図 4 は、年代別（10 代～70 代）の「ショッピングモールサイト」、「オークション・フリマサイト」、「シェアリングサービスサイト」の利用状況に関するデータである。各年代とも「ショッピングモールサイト」の利用率が最も高くなっていることがわかる。また「オークション・フリマサイト」の利用は 10 代が最も高くなっている。「シェアリングサービスサイト」は、40 代以降の利用率が急激に低下していることがわかる。

図 5 から、インターネットを利用した電子商取引の問題点として、各種サービスサイトの利用時のトラブル経験から把握する必要がある。そこで、各サービスを利用した経験者の 7 割以上が「トラブルの経験がない」と回答する一方で、3 割弱が何らかのトラブルを経験していることがわかる。とくに、商品やサービスの「品質」、「配送」（シェアリングサービスを除く）に関するトラブルが相対的に多く、シェアリングサービスの利用者においては「数量」に関するトラブルが、その他のサービスに比べて顕著である点が見えてくる。

図 5 に加えて、図 6 から、各種サービスの未利用者が「トラブル発生時の対応が不安（28.7%）」や「取引を行う前に、実際の商品やサービスを確認できない（25.4%）」、「インターネットでの決済（電子決済）が不安（22.5%）」等の電子商取引の「信頼面」に対する不安を抱えていることがわかる。

一方で、各種サービスサイトの利用価値は、個々人で異なると考えられる。例えば、ショッピングモールサイトでは、実店舗に行かなくても欲しい商品やサービスを手に入れる点や、商品検索や価格の比較が容易であり、24 時間利用できる等の利便性が挙げられる。またオークションサイトの利用では、自宅で使用しなくなった商品の売買ができることから、廃棄ロスの無駄を減らせることが期待できる。シェアリングサービスは、現時点で利用率は低いものの、他人とモノや場所の共有（例えば「カーシェア」や「ルームシェア」等）を通じて、経済的負担を軽減できる点において、非常に利用価値があると考えられる。

本設問では、示されているデータを単純に読み解くだけではなく、関連する様々な事象や背後にある人間の心理的な要素も把握した上での考察が必要である。インターネット上の各種サービスにおけるトラブル「原因・理由」の分析ならびに各種サービスサイトの利用状況を踏まえて、自分自身の考えや主張を明確に示すことができるかがポイントである。

【解答の傾向】

インターネットを利用した電子商取引の問題点について、主に図 5 と図 6 を踏まえて導こうとする答案が多く見られた。具体的には、図 5 より各種サービスの主要なトラブル要因である「品質」や「配送」（シェアリングサービスを除く）、「数量」（とくにシェアリングサービス）等を指摘しつつ、図 6 より非利用者が電子商取引に不安を抱えており、「実物が確認できない」や「トラブル発生時に対応が困難」等により、信頼・信用できない点が問題であるとの理解が示された答案を正答とした。

しかし、図 5 の内容が示している通り、7 割の人が「問題ない」との回答をしていたとしても、設問で「問題点を記述せよ」との指示があるにもかかわらず、「概ね問題なし」との解釈をしている答案が散見された。また、図 4 の「年代別の各種サービスの利用状況」から電子商取引の問題点を導こうとする見解も多々見られたが、世代間のギャップを指摘しているだけの記述はあまり評価していない。

本設問の後半部分では、各種サービスサイトの利用価値について、それらの特徴を踏まえながら、各自の考えや主張を問う内容であったが、解答の大半が「利用価値がある」や問題点を改善できれば「利用価値が増す」との見解で占められていた。答案のなかには、電子商取引には問題点が多いため、逆に「利用価値がない」や「利用価値を見いだせない」との見解も目立った。いずれにしても、「～の理由（要因）等により～である」との数的データからの示唆や根拠に基づく具体的かつ論理的な記述を作問者として期待したが、モールサイトは利便性が高い、オークション・フリマは無駄を省ける、シェアリングサービスは経済的負担を減らせる、したがって「利用価値は高い」のような具体的かつ論理的な答案は少なかったように見受けられた。

その理由として、実際に利用した経験がないサービスサイトに対しては、受験生がその内容をイメージしづらかったかもしれない。とくに、シェアリングエコノミーに関する利用価値への理解は「交流ができる」との解答に見られるように、知らない人同士が接点をもてるサービス程度にしか捉えられていない節があり、共有することで得られる経済的側面からの意見は皆無であった。また、オークション・フリマサイトの利用価値に関しては、「廃棄ロスの削減」や「環境に優しい等」の観点から肯定的な主張を展開する答案が見られる一方で、個人間の電子取引がゆえに、モールサイトと比べて問題視する意見もあった。この点は、図 4 に示されているように「オークション・フリマサイト」の利用率が最も高い「10代」ならではの、実直な意見を述べられていたのではなかろうか。

全体的に「インターネット取引」で一括して、ネット取引全般に適用できるような内容を解答しているケースや、本設問では求めている「問題点についての政策提言のような指摘」を比較的長く記述しているものもあり、文字数が限られるなかで、あまり有効とは言えないものも散見された点は見直してほしい。

なお、本設問での全体的な傾向は、電子商取引の問題点に関する記述に多くの字数を割きすぎて、肝心の各種サービスサイトの利用価値に関する受験生自身の考えが、十分に述べられておらず短絡的な解答が非常に多かった。もちろん、図から読み取り、その数的データを踏まえて受験生の考えを問うているわけであるから、その点を理解して解答してほしかった。